

# CASA

MAGAZINE

S H O P P I N G

OUTUBRO | 57ª EDIÇÃO

GARETH NEAL  
MADEIRA REDESENHADA

DAVID ADJAYE  
A FINA LINHA AFRICANA

CASAMENTO  
PREPARANDO A CASA



HOBBY



# SELOS OU NÃO SELOS

COM A VALORIZAÇÃO, EIS A QUESTÃO: COMO ESTÁ O MERCADO DA FILATELIA, QUE ENVOLVE PESQUISAS, SELOS RAROS E DESIGN PREMIADO – INCLUSIVE O BRASILEIRO

PAULA AUTRAN | FOTOS: MARCIO IRALA

Se você tem menos de 30 anos, a ficha vai demorar a cair. Afinal, assim como provavelmente não faz ideia de que esta expressão saiu de um objeto metálico que permitia ligações em telefones públicos até meados dos anos 1990, certamente deve ter pouca intimidade com selos. A menos que em sua caixa de correspondência (e não estamos falando da eletrônica, claro!), entre contas e propagandas carimbadas, reste um cartão de Natal ou postal mandado por alguém mais apegado às tradições. Pois saiba que as tais estampilhas – criadas em 1840, na Inglaterra, como recibo de pagamento de serviço postal – são peças de design e encantam bem mais do que antigos colecionadores. Para checar esse fenômeno de perto, basta dar um pulo no Passeio Público.

“No Brasil, filatelia é vista como coisa de velinhos e crianças. Mas em muitos lugares não é assim: é cultura visual impressa, com projetos associados a temas contemporâneos, como esporte, música, moda, design e ilustração, retratados em projetos ousados, com impressão de alta qualidade e emissões de forte apelo comercial. Não digo que é algo pelo qual as pessoas se interessam e consomem como 25 anos atrás, mas não caiu em completo desuso, servindo apenas a homenagens oficiais desimportantes e passatempo de colecionadores”, defende o designer carioca Fabio Lopez, de 36 anos, que não só acumula uns 12 mil deles em casa (sendo 2,4 mil holandeses, seus preferidos), como também já desenhou uma série de selos sobre cemitérios brasileiros tombados para os Correios, em 2013. “Lá fora é diferente, conseguiram aumentar a base de consumidores não focados na filatelia. Quando o tenista Roger Federer foi campeão, o Correio da Suíça avisou que haveria um selo comemorativo que já podia ser comprado. Na Inglaterra, os Beatles (“Yellow Submarine”, por exemplo), 007, a banda Blur e Harry Potter tiveram tiragens de selos. Isto atrai não apenas colecionadores de selos, mas fãs. Os caras sabem usar os selos como objeto de marketing”, observa ele.

E não é de hoje. Nos Estados Unidos, por exemplo, em 1993, o governo decidiu fazer um selo para homenagear Elvis Presley. E encomendou ilustrações do idolo em duas fases, no início da carreira e já mais maduro, para que o público decidisse qual preferia. Venceu o primeiro modelo, que foi emitido e teve 500 milhões de exemplares vendidos, sendo que só 150 milhões deles foram efetivamente usados em postagens. A ideia rendeu ao United States Postal Service 145 milhões de dólares, mais de três vezes o valor investido, de 43,5 milhões de dólares. "Também tem selos com cheiro, em braile, com raspadinha, com uma semente dentro... Ou seja, uma coisa que a gente acha que é obsoleta tem temas diferentes e abordagens mais modernas. Existe interesse e visibilidade, o que também torna o produto filatélico viável", garante Fabio.

Em 2001, a Suíça produziu deliciosos selos inspirados em seus chocolates. Eles vinham em pequenas folhas com os selos formando uma barra, com sua embalagem de alumínio aberta em volta, e o cheiro do chocolate. "E mais: havia a opção (produção limitada) de adquirir uma embalagem sofisticada contendo a folha e uma barra de chocolate de verdade junto, idêntica a ela! Comprei duas. O chocolate tinha validade, e fui obrigado (!!!) a comê-lo aos pouquinhos", conta o arquiteto, pesquisador do assunto e professor de design da UniverCidade, Aldemar d'Abreu Pereira, de 73 anos. Segundo Aldemar, todo o

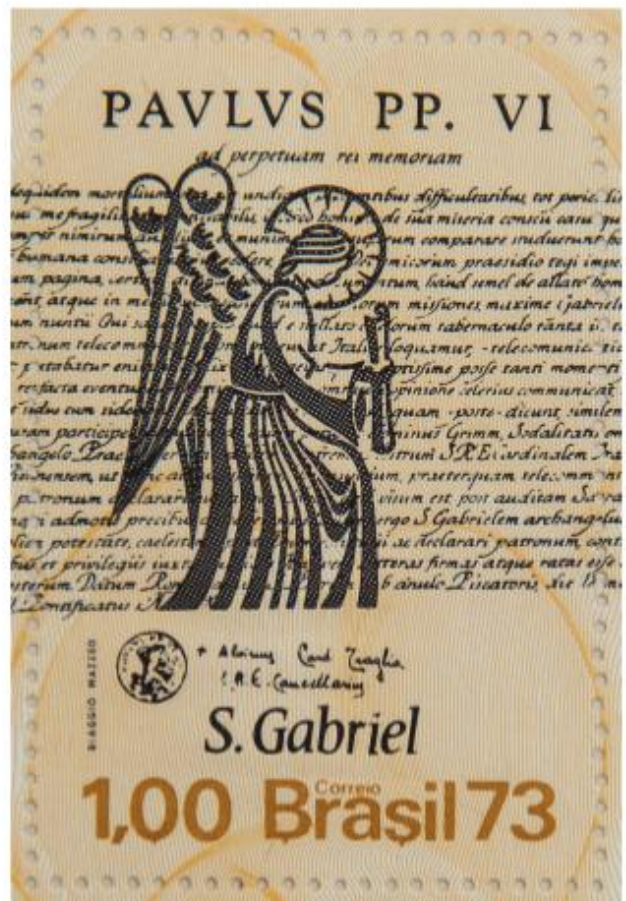


Nas gravuras de Pietrina Ceccacci, os selos para o Dia Nacional de Ação de Graças de 1976, eleitos os mais bonitos do mundo, no ano seguinte

valor do selo está no design. "Coleciono selos há mais de 50 anos pela beleza gráfica deles. E só selos novos, sem carimbos que possam cobrir as imagens. Nunca me interessei em ter um 'Olho de boi' (primeiro selo brasileiro), por exemplo. Ele até é graficamente bem resolvido. Parece mesmo um olho de boi, e não tem escrito Brasil, só o número de reis que valia: 30, 60 e 90. Mas não é o que busco num selo", explica Aldemar, que sempre trabalhou com design gráfico e, além do objeto em si, procurou aprofundar-se na produção dele. Tanto que estagiou na gráfica suíça Courvoisier (que fez os selos de chocolate),

"O selo é uma forma de contar a história do país a cada ano"

Bloco com selo em honra a São Gabriel, de 1973, em arte em baixo relevo de Biaggio Mazzeo





Conjunto valorizado: quadra com carimbo comemorativo do milésimo gol de Pelé. Abaixo, o comemorativo do centenário do selo postal com a reprodução de um "olho de boi"



famosa pela qualidade de impressão das estampilhas, fechada em 2010. E está sempre de olho em preciosidades saídas de lá para 160 países do mundo, hoje à venda, inclusive, em concorridos leilões pela Internet. Mas jura que não sabe quantos selos tem. Só conta que estão todos guardados em armários, protegidos por Sterilairs (aparelhos que deixam o ar estéril) e desumidificadores.

Para atender a este público, alguns países – como Holanda, Alemanha, Japão, Dinamarca, Estados Unidos e Inglaterra – investem continuamente em seus selos postais, contratando designers gráficos e agências de renome local na elaboração de seus impressos de valor. Na Holanda, por exemplo, os selos começaram a se destacar nos anos 1980, quando designers top do país (e, conseqüentemente, do mundo) fizeram selos de vanguarda em termos de linguagem. “São nomes como Wim Crowel (uma das grandes referências mundiais da área), Irma Boom (superdesigner de livros), Piet Zwart (fez selos inovadores da década de 30), R.D.E. Oxenaar (desenhou para um selo o dragão de uma das minhas tatuagens e as diferentes cédulas de Florim), Dick Bruna (autor da Miffy, o Mickey holandês), Jetset Studio, Max Kisman (trabalho muito diferente, primeiro selo projetado direto no computador), Jan van Krimpen (selos mais tradicionais, com lindas letras desenhadas), M.C. Escher (o próprio), Neville

Brody (superdesigner inglês), Peter Bilak (type designer tcheco) e Karel Appel (artista plástico, integrante do movimento Cobra)”, enumera Fabio.

Mas, apesar de gente como Fabio e Aldemar, nem sempre é a beleza que dá as cartas neste mercado. Há que se considerar a raridade e aspectos da impressão dos selos. É o que explica casos como do sueco “tre skilling banco” (1855), cujo preço de venda (6 milhões de dólares, em 2010) foi o mais caro já divulgado até então no mundo. “Ele é feio! A raridade está na sua cor amarela, por erro não identificado na fase de impressão, já que a cor correta deveria ser verde. É óbvio que aconteceu um erro de impressão de uma folha (ou mais de uma?), na qual ele e todos os demais selos que a compõem receberam a mesma tinta amarela. Quantos existiram, não se conseguiu descobrir. O fato é que ninguém percebeu a cor errada, e todos esses selos cumpriram sua função postal normalmente. Este foi achado por acaso por um jovem em guardados do avô num sótão”, conta o professor. “O selo é feio, usado, carimbado, comuníssimo na Suécia. Eu não daria nada por ele, mas um consórcio internacional o comprou”.

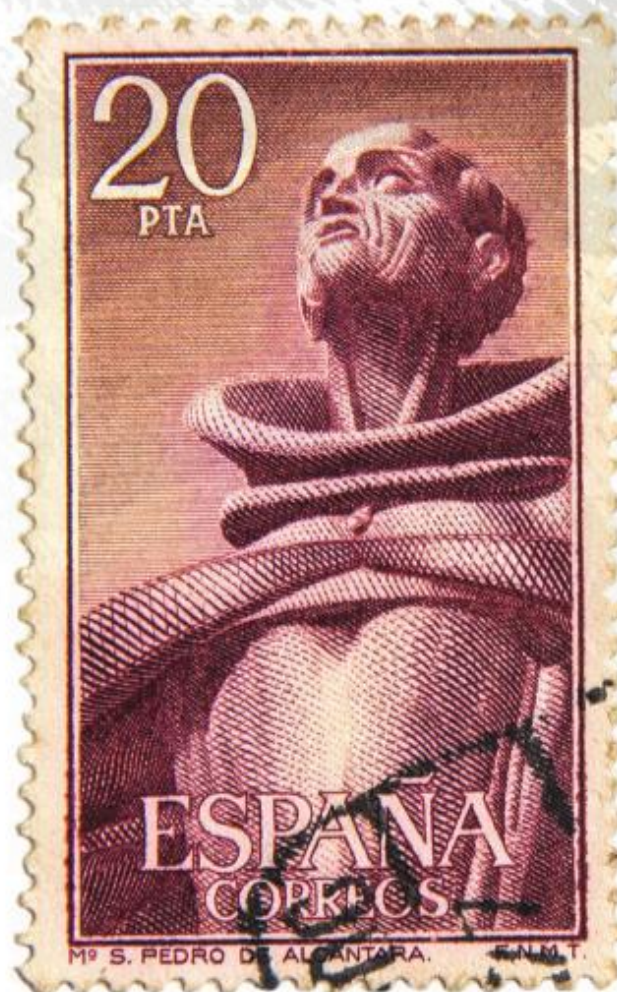
Já o americano “Inverted Jenny”, de 1918, teve o avião impresso de cabeça para baixo também por erro. E por



Filatelia também é história: selos do Reich alemão, efígie de Evita no selo argentino e dois exemplares da Palestina da época da ocupação britânica. Abaixo, a arte do talho doce no selo espanhol

isso foi supervalorizado. “O melhor da história é que o funcionário de uma empresa foi comprar selos e recuou aquela folha por causa do defeito. O cara que estava atrás, na fila, comprou e ficou rico. Eram 100, a 150 mil dólares cada. Só um selo se perdeu, porque a mulher dele usou para mandar uma carta. Este nunca foi encontrado. Foi carimbado e ninguém sabe onde está. Pode estar no lixo”, diverte-se Aldemar. Também há o selo conhecido por décadas como o mais valioso do mundo, o “1 Cent Magenta” (Guiana Inglesa, 1856), arrematado, há dois anos, num leilão da Sotheby’s por 9,5 milhões de dólares. Segundo Aldemar, ele foi rudimentarmente impresso em preto sobre um papel de péssima qualidade de cor magenta (daí seu nome). Ficou famoso depois de encontrado por um adolescente em 1873, carimbado, colado num envelope.

O primeiro selo do mundo é o “Penny Black”. Ele foi criado para resolver um problema: até 1840, a despesa de postagem era paga pelo destinatário. Alguns países tinham serviços oficiais de correios e, outros, particulares. Mas em todos, quem recebia era quem pagava. Ou deveria. Mas muitos se negavam. Então na Inglaterra criou-se uma nova legislação de postagem, com pagamento no envio. O selo era afixado à carta como um recibo. Com o advento do selo postal, foi feita uma série baseada nesta legislação. Como o penny era o primeiro da série, tornou-se o primeiro do mundo. Três anos depois, o Brasil fazia o segundo selo do mundo, o “Olho de boi”. De lá para cá, muita coisa mudou. O tráfego de cartas (não comercial, postada por pessoas físicas) só diminuiu no país. Em 2000, era de 5,8 bilhões; em 2013, ficou em 2,7 bilhões; e em 2014 caiu mais um pouco, para 2,4 bilhões. O volume



de correspondências só registrou aumento nos últimos 14 anos (eram 7,5 bilhões em 2000, e agora são 8,1 bilhões) porque o número de correspondências comerciais (que usam um carimbo postal no lugar de selos) só cresce: de 1,7 bilhão para 5,7 bilhões no período.

Mas mesmo as cartas já não são necessariamente seladas. Há máquinas que as carimbam, sem o charme das estampilhas. Ainda assim, segundo os Correios do Brasil, em 2014, foram produzidos 20,3 milhões de selos comemorativos e especiais (não comemorativos, mas de tiragem limitada), 24% a mais que em 2013. Foram 25 emissões desses tipos de selos, cada uma com número de unidades variável, totalizando 66 modelos diferentes, com tiragem média entre 300 mil e um milhão de peças. Os assuntos abordados são definidos anualmente pela Comissão Filatélica Nacional, dentro de dez grandes temas eleitos pela portaria nº 500/2005 do Ministério das Comunicações. Entre eles estão acontecimentos históricos, personalidades, preservação do meio ambiente e aspectos do turismo nacional. Todos são produzidos pela Casa da Moeda.

"O selo é uma forma de contar a história do país a cada ano", afirma a vice-presidente de Negócios dos Correios, Morgana Santos, acrescentando que a população brasileira também pode sugerir assuntos, que são filtrados pelas áreas técnicas (para saber se estão enquadrados nos temas) e seguem para a comissão. "Depois de aprovada a ideia, vamos em busca da melhor forma de executá-la. Para isso, temos um cadastro de 300 designers que mandam seus projetos, para serem analisados por nossos próprios designers, geralmente ao lado dos proponentes. O processo todo leva cerca de seis meses", detalha. As Olimpíadas e os 450 anos do Rio estão na lista aprovada no início deste ano. ©



Penny Black: o primeiro selo do mundo. Abaixo, o primeiro exemplar de um selo em braile, que os correios brasileiros lançaram em 1974

